

**PENGARUH CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TRANSPORTASI ONLINE MOBIL GRABCAR DI DKI JAKARTA**

TUGAS AKHIR

Herdiyana Br Sinulingga
213402446476



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TRANSPORTASI ONLINE MOBIL GRABCAR DI DKI JAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Herdiyana Br Sinulingga
213402446476



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**“PENGARUH CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TRANSPORTASI ONLINE MOBIL GRABCAR DI DKI JAKARTA”**

Merupakan gagasan atau hasil dari penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sarjana di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Agustus 2024



Herdiyana Br Sinulingga

NPM : 213402446476

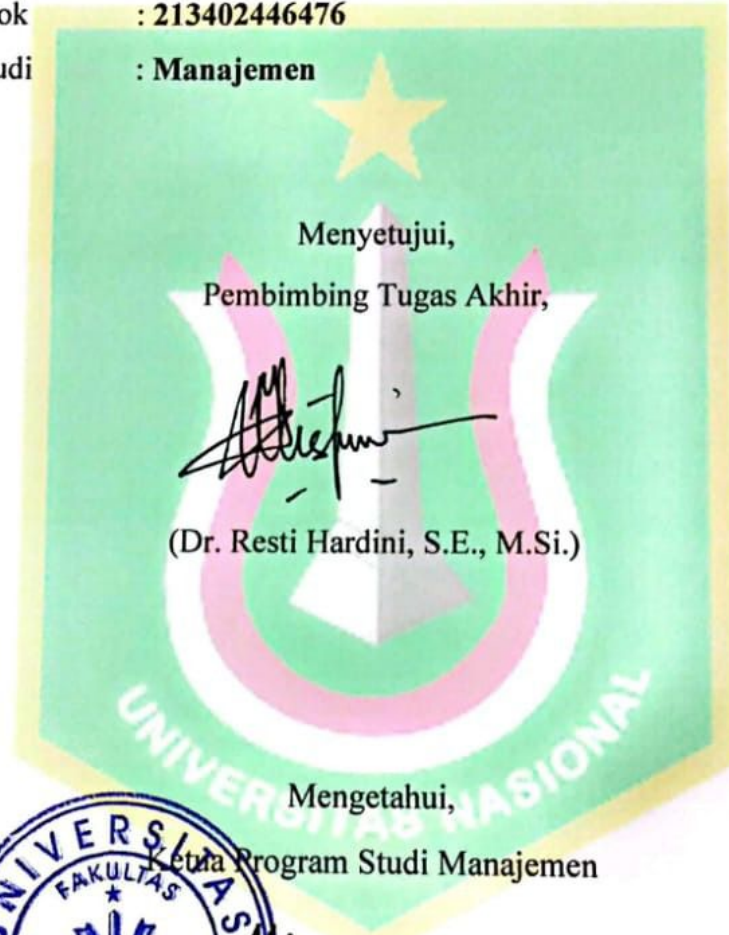
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN,
DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI
ONLINE MOBIL GRABCAR DI DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **Herdiyana Br Sinulingga**

Nomor Pokok : **213402446476**

Program Studi : **Manajemen**



Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 22 Agustus 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE MOBIL GRABCAR DI DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **Herdiyana Br Sinulingga**

Nomor Pokok : **213402446476**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota Penguji,



(Prof. Dr. Umar Basalim, DES)



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Pl. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. Sunyong Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta, 22 Agustus 2024

Tanggal Lulus : 28 Agustus 2024

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, NILAI PELANGGAN, DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE MOBIL GRABCAR DI DKI JAKARTA

Oleh :

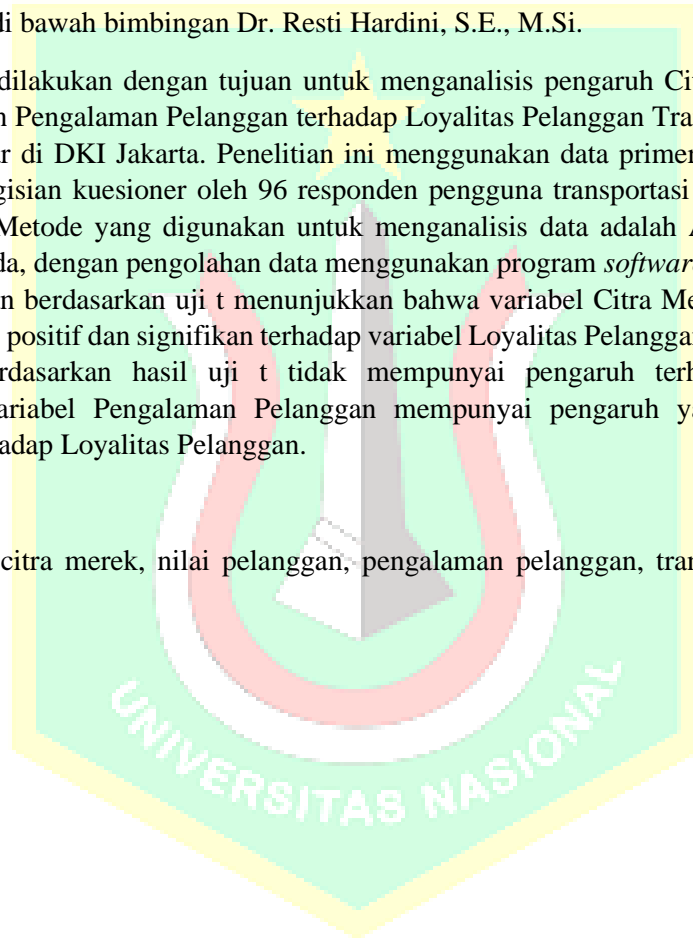
Herdiyana Br Sinulingga

NPM : 213402446476

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Mobil GrabCar di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh 96 responden pengguna transportasi online mobil di DKI Jakarta. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah Analisis Regresi Linier Berganda, dengan pengolahan data menggunakan program *software* SPSS versi 27. Hasil penelitian berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel Citra Merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Variabel Nilai Pelanggan berdasarkan hasil uji t tidak mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel Pengalaman Pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: citra merek, nilai pelanggan, pengalaman pelanggan, transportasi online, loyalitas



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, CUSTOMER VALUE, AND CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY FOR GRABCAR ONLINE CAR TRANSPORTATION IN DKI JAKARTA

By :

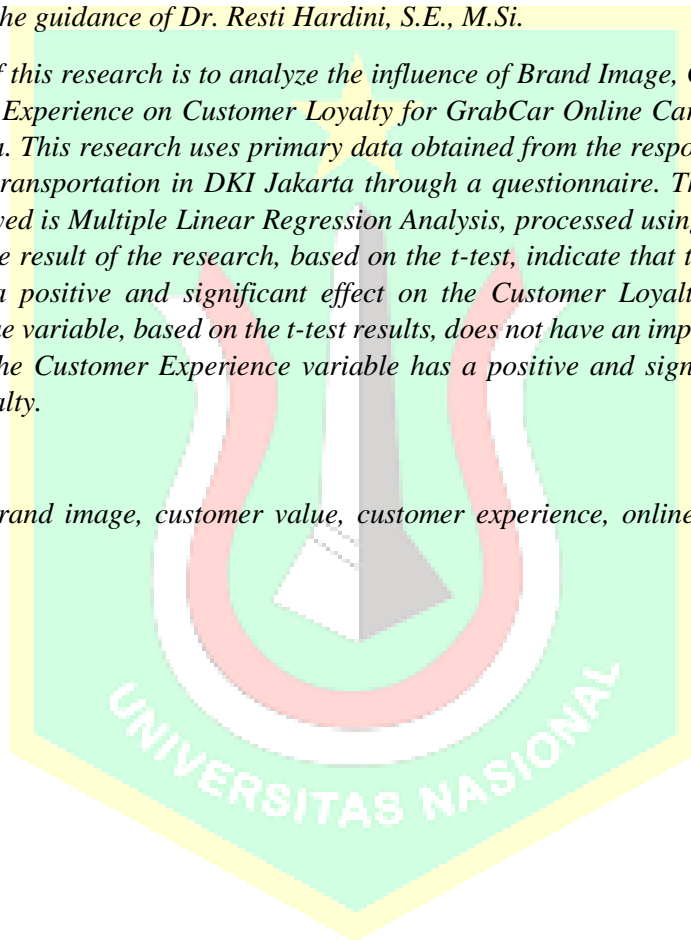
Herdiyana Br Sinulingga

NPM : 213402446476

Thesis, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

The purpose of this research is to analyze the influence of Brand Image, Customer Value, and Customer Experience on Customer Loyalty for GrabCar Online Car Transportation in DKI Jakarta. This research uses primary data obtained from the responses of 96 users of online car transportation in DKI Jakarta through a questionnaire. The data analysis method employed is Multiple Linear Regression Analysis, processed using SPSS software version 27. The result of the research, based on the t-test, indicate that the Brand Image variable has a positive and significant effect on the Customer Loyalty variable. The Customer Value variable, based on the t-test results, does not have an impact on Customer Loyalty (Y). The Customer Experience variable has a positive and significant effect on Customer Loyalty.

Key Words: *brand image, customer value, customer experience, online transportation, loyalty*



KATA PENGANTAR

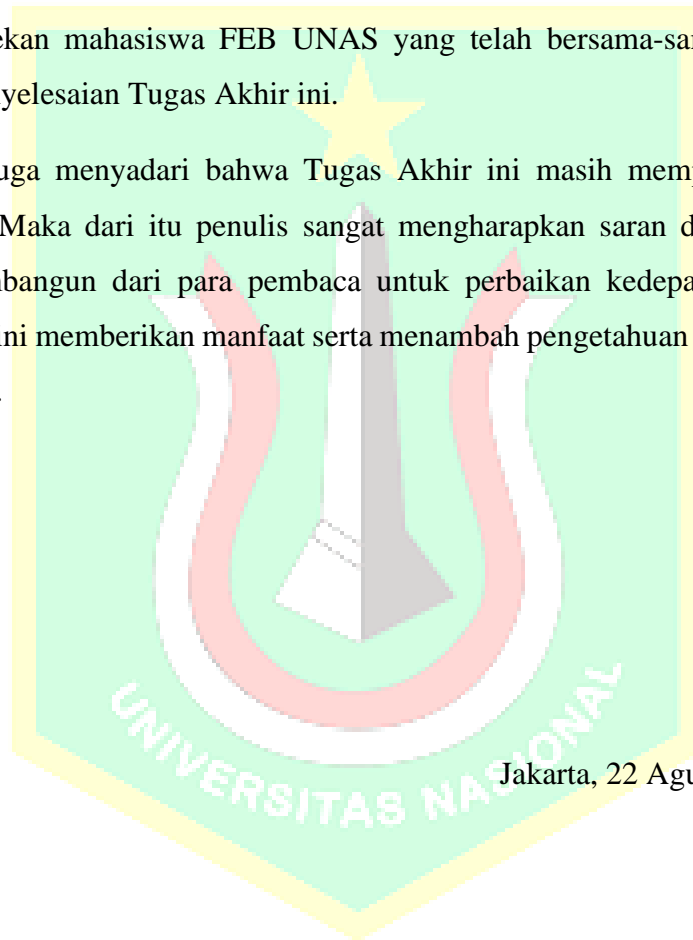
Segala pujian dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa berkat kasih dan anugerahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Mobil GrabCar di DKI Jakarta”**. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu persyaratan kelulusan Program Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis menghadapi banyak hambatan yang bersifat teknis dan lainnya selama proses penulisan Tugas Akhir ini. Namun, tantangan dan hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, sekaligus dosen pembimbing yang sangat saya hormati, yang telah membimbing, memberikan banyak saran dan solusi, serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik
5. Seluruh Dosen di Universitas Nasional, khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada seluruh mahasiswanya
6. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah memberi pelayanan terbaik serta bantuan selama penulis menjadi mahasiswa FEB UNAS

7. Kedua orang yang sangat saya sayangi, yaitu Bapak T. Sinulingga dan Ibu P. Br. Ginting yang senantiasa memberi semangat, dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis
8. Ibu Wong Anna selaku Manajer di perusahaan tempat penulis bekerja yang senantiasa memberikan *support* dalam proses penulisan Tugas Akhir ini
9. Seluruh responden kuesioner transportasi online mobil GrabCar yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi tanggapan terhadap kuesioner yang penulis buat untuk mendukung penelitian ini
10. Seluruh rekan mahasiswa FEB UNAS yang telah bersama-sama menempuh proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih mempunyai banyak kekurangan. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca untuk perbaikan kedepannya. Kiranya Tugas Akhir ini memberikan manfaat serta menambah pengetahuan kepada penulis dan pembaca.



Jakarta, 22 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL LUAR

HALAMAN SAMPUL JUDUL DALAM

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR OLEH PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR OLEH PENGUJI

ABSTRAK

ABSTRACT (English)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran	7
B. Manajemen Pemasaran Jasa.....	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	7
2. Karakteristik Pemasaran Jasa	8
3. Ruang Lingkup Pemasaran Jasa	9
C. Citra merek.....	9
1. Pengertian Citra Merek	9
2. Faktor Pembentuk Citra Merek	10
3. Komponen Citra Merek.....	11
4. Indikator Citra Merek.....	11

D. Nilai Pelanggan	12
1. Pengertian Nilai Pelanggan	12
2. Tingkatan Nilai Pelanggan	13
3. Strategi Peningkatan Nilai Pelanggan	13
4. Indikator Nilai Pelanggan.....	14
E. Pengalaman Pelanggan	14
1. Pengertian Pengalaman Pelanggan.....	14
2. Faktor yang Mempengaruhi Pengalaman Pelanggan	15
3. Indikator Pengalaman Pelanggan	16
F. Loyalitas Pelanggan	17
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	17
2. Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	18
3. Faktor Penentu Loyalitas Pelanggan	19
4. Membangun Loyalitas Pelanggan	20
5. Indikator Loyalitas Pelanggan	20
G. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	21
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
3. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	22
H. Hasil Penelitian Terdahulu sebagai Rujukan Penelitian	23
I. Kerangka Analisis	24
J. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian	27
B. Data Penelitian	27
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	27
2. Populasi dan Sampel	27
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	29
C. Definisi Operasional Variabel	30
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	31
1. Metode Analisis.....	31
2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	31

3. Uji Asumsi Klasik	32
4. Analisis Regresi Linear Berganda	33
5. Uji Kelayakan Model	34
6. Uji t (Uji Hipotesis)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Deskripsi Data Penelitian	36
2. Karakteristik Responden	39
3. Hasil Penelitian Analisis	45
B. Pembahasan.....	57
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Mobil GrabCar di DKI Jakarta	57
2. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Mobil GrabCar di DKI Jakarta	58
3. Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Mobil GrabCar di DKI Jakarta	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Jasa Transportasi Online Tahun 2020-2024	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	43
Tabel 4.5 Standar Deviasi dan Mean Variabel Citra Merek (X1).....	45
Tabel 4.6 Standar Deviasi dan Mean Variabel Nilai Pelanggan (X2)	46
Tabel 4.7 Standar Deviasi dan Mean Variabel Pengalaman Pelanggan (X3).....	47
Tabel 4.8 Standar Deviasi dan Mean Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Transportasi Online Pilihan Masyarakat Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	25
Gambar 4.1 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.2 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Usia	41
Gambar 4.3 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Gambar 4.4 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan ...	44

